

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0525U000018

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 14-01-2025

Статус: Підтверджена МОН

Реквізити наказу МОН / наказу закладу: Наказ МОН №621 від 24.04.2025



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Вовк Володимир Анатолійович

2. Vladimir A. Vovk

Кваліфікація: к. е. н., 08.09.01

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1140-3273

Вид дисертації: доктор наук

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 08.00.04

Назва наукової спеціальності: Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 21-01-2025

Спеціальність за освітою: Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

Місце роботи здобувача: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 65.356.02

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації: Українська

Коди тематичних рубрик: 68.01, 06.81.12, 06.81.55

Тема дисертації:

1. Механізми стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю підприємств агропромислового виробництва в умовах діджиталізації: теорія, методологія, практика
2. Mechanisms of strategic management of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises in the context of digitalization: theory, methodology, practice

Реферат:

1. Дисертація присвячена вирішенню складної наукової проблеми теоретичного, методологічного, методичного та прикладного обґрунтування стратегій управління маркетингово-збутовою діяльністю підприємств агропромислового виробництва на цільових ринках в умовах діджиталізації. Впорядковано понятійно-категоріальний апарат досліджень, пов'язаних із маркетингом та збутом продукції агропромислових підприємств. Обґрунтовано принципи формування механізмів стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю агропромислових підприємств. Досліджено еволюцію та визначено наукові підходи до типології систем управління маркетингово-збутовою діяльністю агропромислових підприємств. Розроблено методичні підходи до оцінки раціональності, результативності та ефективності

маркетингово-збутових стратегій. Визначено функціональні аспекти та організаційні засади процесу стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю агропромислових підприємств в умовах діджиталізації. Проведено оцінку комерційного потенціалу агропромислових підприємств у контексті їхнього маркетингового середовища в умовах діджиталізації. Обґрунтовано методичні підходи до оцінки стратегічних альтернатив під час розробки та впровадження маркетингово-збутових стратегій агропромислових підприємств. Визначено напрями розвитку маркетингово-збутової діяльності агропромислових підприємств в умовах діджиталізації і розробити організаційно-економічний інструментарій для їхньої реалізації. Обґрунтовано інтеграційні стратегії для підвищення ефективності маркетингово-збутової діяльності агропромислових підприємств. Здійснено ідентифікацію структурних особливостей систем стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю шляхом інтеграції інструментів реалізації та обслуговування маркетингових заходів у процес застосування збутових процедур, що забезпечує гнучкість системи збутової діяльності підприємства з дотриманням умов ефективної адаптації до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі в умовах діджиталізації. Окреслено методологічні засади дотримання системного характеру впливу конкурентних і кон'юнктурних факторів на контури та архітектуру маркетингово-збутової діяльності підприємств агропромислового виробництва. Обґрунтовано концепцію побудови організаційно-економічного механізму управління маркетингово-збутовою діяльністю підприємств агропромислового виробництва в умовах діджиталізації. У першому розділі досліджено наукові підходи до формування категорійно-понятійного апарату, пов'язаного з маркетингом і збутом продукції агропромислових підприємств; обґрунтовано архітектуру механізму стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю, що забезпечує її системність і гнучкість; вивчено генезис управлінських систем у цій сфері та розроблено типологію систем управління маркетингово-збутовою діяльністю агропромислових підприємств, що враховує специфіку їхнього функціонування на цільових ринках. У другому розділі визначено ключові критерії для ідентифікації та систематизації принципів і закономірностей, які лежать в основі побудови систем стратегічного управління маркетингом і збутом, а також обґрунтовано методологічні підходи до врахування конкурентних і кон'юнктурних факторів, що впливають на реалізацію маркетингово-збутової діяльності. У третьому розділі розглянуто функціональну роль компонентів системи управління агропромислового підприємства в контексті стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю, проаналізовано організацію процесу стратегічного планування маркетингу та реалізації продукції агропромислових підприємств, а також визначено структурні особливості систем стратегічного управління цією діяльністю. У четвертому розділі виконано ідентифікацію умов маркетингового оточення та оцінка комерційного потенціалу підприємства в умовах діджиталізації; обґрунтовано підходи до вибору та оцінки стратегічних альтернатив при розробці стратегій маркетингу та збуту продукції підприємств агропромислового виробництва, а також окреслено засади імплементації маркетингово-збутових стратегій підприємств агропромислового виробництва з використанням цифрових технологій. У п'ятому розділі окреслено основні напрями вдосконалення маркетингово-збутової діяльності агропромислових підприємств, ідентифіковано організаційно-економічний інструментарій, спрямований на підвищення ефективності систем стратегічного управління в сфері реалізації маркетингово-збутових стратегій, а також обґрунтовано інтеграційні стратегії, спрямовані на підвищення результативності маркетингово-збутової діяльності агропромислових підприємств.

2. The dissertation is devoted to solving the complex scientific problem of theoretical, methodological, methodical and applied substantiation of strategies for managing marketing and sales activities of agro-industrial enterprises in target markets in the conditions of digitalization. The conceptual and categorical apparatus of research related to marketing and sales of products of agro-industrial enterprises is organized. The principles of forming mechanisms for strategic management of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises are substantiated. The evolution is studied and scientific approaches to the typology of marketing and sales management systems of agro-industrial enterprises are determined. Methodological approaches to assessing the rationality, effectiveness and efficiency of marketing and sales strategies are developed. The functional aspects and organizational principles of the process of strategic management of marketing and sales activities of agro-

industrial enterprises in the context of digitalization are determined. The commercial potential of agro-industrial enterprises is assessed in the context of their marketing environment in the context of digitalization. Methodological approaches to assessing strategic alternatives during the development and implementation of marketing and sales strategies of agro-industrial enterprises are substantiated. The directions of development of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises in the context of digitalization are determined and organizational and economic tools for their implementation are developed. Integration strategies are substantiated to increase the efficiency of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises. The structural features of strategic management systems for marketing and sales activities have been identified by integrating tools for implementing and servicing marketing activities into the process of applying sales procedures, which ensures the flexibility of the enterprise's sales activity system while complying with the conditions for effective adaptation to changes in the external and internal environment in the context of digitalization. The methodological principles of observing the systemic nature of the influence of competitive and conjunctural factors on the contours and architecture of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises have been outlined. The concept of building an organizational and economic mechanism for managing the marketing and sales activities of agro-industrial enterprises in the context of digitalization is substantiated. The first section explores scientific approaches to the formation of a categorical and conceptual apparatus related to marketing and sales of products of agro-industrial enterprises; substantiates the architecture of the mechanism of strategic management of marketing and sales activities, which ensures its systematicity and flexibility; studies the genesis of management systems in this area and develops a typology of systems for managing marketing and sales activities of agro-industrial enterprises, which takes into account the specifics of their functioning in target markets. The second section identifies key criteria for identifying and systematizing the principles and patterns that underlie the construction of strategic management systems for marketing and sales, and also substantiates methodological approaches to taking into account competitive and conjunctural factors that influence the implementation of marketing and sales activities. The third section examines the functional role of the components of the management system of an agro-industrial enterprise in the context of strategic management of marketing and sales activities, analyzes the organization of the process of strategic planning of marketing and sales of products of agro-industrial enterprises, and also determines the structural features of the systems of strategic management of this activity. The fourth section identifies the conditions of the marketing environment and assesses the commercial potential of the enterprise in the context of digitalization; substantiates approaches to the selection and assessment of strategic alternatives when developing marketing and sales strategies for products of agro-industrial enterprises, and outlines the principles of implementing marketing and sales strategies of agro-industrial enterprises using digital technologies. The fifth section outlines the main areas of improvement of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises, identifies organizational and economic tools aimed at increasing the efficiency of strategic management systems in the implementation of marketing and sales strategies, and substantiates integration strategies aimed at increasing the effectiveness of marketing and sales activities of agro-industrial enterprises.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки: Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності: Не застосовується

Підсумки дослідження: Нове вирішення актуального наукового завдання

Публікації:

- Вовк В. А. Можливості застосування ціннісних орієнтацій споживачів у контексті формування соціальної політики підприємства. Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст»: економічні науки. 2014. Вип. 113. С. 301-307.
- Vovk V. A., Proskurnina N. V., Tymoshenko K. V. Strategic directions of development of foreign economic activity of Ukrainian enterprises in the world market. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. №23. С. 15-21.
- Havrylchenko O., Vovk V., Mazorenko O. Algorithm of activation export on the example of machine-building enterprises of the Kharkiv region. Управління розвитком. 2021. № 1. С. 105-112.
- Ptashchenko O. V., Vovk V. A. Tourist enterprise marketing complex: international and national aspect. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2021. № 3 (267). С. 124-127.
- Vovk V. A., Afanasieva O. M. Strategic positioning of the company on the international market. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2022. № 4 (274). С. 5-9.
- Вовк В. А., Гаврильченко О. В. Маркетингові комунікації в системі стратегічного управління маркетингово-збутовою діяльністю підприємства. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 3. С. 327-330. (
- Sobko O., Krysovaty I., Kosenko A., Shersheniuk O., Y.Ivashkiv, Vovk V. Marketing Toolkit for Facilitating Innovative Development in Business Models. Review of Economics and Finance, 2024, 22, 69-76.
- Вовк В. А., Гаврильченко О. В. Стратегічна карта як складова маркетингової стратегії підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2024. № 5. С. 604-608.
- Вовк В. А., Дорошенко В. В. Формування системи стратегічного управління підприємством в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2024. № 68.
- Вовк В. А. Обґрунтування напрямів стратегічного розвитку підприємства. Наука і техніка сьогодні. 2024. № 6 (34). С. 276-284.

Наукова (науково-технічна) продукція: методи, теорії, гіпотези; аналітичні матеріали

Соціально-економічна спрямованість: збільшення обсягів виробництва; підвищення продуктивності праці

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації: Впроваджено

Зв'язок з науковими темами: 0116U003477 0124U001624

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Орел Володимир Миколайович
2. Volodymyr M. Orel

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-1609-1731

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України

Код за ЄДРПОУ: 00497199

Місцезнаходження: вул. Тваринників, буд. 1-а, Харків, Харківський р-н., 61026, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Національна академія аграрних наук України

Ідентифікатор ROR:

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Писаренко Володимир Вікторович
2. Володимир В. Писаренко

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.03

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0002-9484-3476

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Полтавська державна аграрна академія

Код за ЄДРПОУ: 00499301

Місцезнаходження: , Полтава, Полтавський р-н., 36003, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Устік Тетяна Володимирівна
2. Тетяна В. Устік

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.04

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-9967-0669

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Сумський національний аграрний університет

Код за ЄДРПОУ: 04718013

Місцезнаходження: вул. Герасима Кондратьєва, буд. 160, Суми, Сумський р-н., 40021, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Савченко Тетяна Вікторівна
2. Tetiana V. Savchenko

Кваліфікація: д. е. н., професор, 08.00.05

Ідентифікатор ORCID ID: 0000-0001-7990-1570

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи: Одеський національний технологічний університет

Код за ЄДРПОУ: 02071062

Місцезнаходження: вул. Канатна, буд. 112, Одеса, 65039, Україна

Форма власності: Державна

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR:

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Маренич Тетяна Григорівна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Маренич Тетяна Григорівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Олена Смігунова

Реєстратор

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна